

Indústries culturals d'edició discontínua: editorial, fonogràfica, videogràfica i multimèdia

Xavier Cubeles

Barcelona Media-Centre d'Innovació
Departament de Comunicació
(Universitat Pompeu Fabra)

Durant el trienni 2005-2007, les transformacions profundes en els models de negoci i les cadenes de valor de les indústries culturals d'edició discontínua segueixen plantejant grans reptes en la producció i la comercialització de les obres culturals. El sector presenta els desequilibris tradicionals pel que fa al grau de desenvolupament, amb una posició de lideratge de Catalunya en el mercat espanyol en el cas del llibre, però de feblesa en la resta d'activitats considerades. L'evolució dels hàbits i les pràctiques dels consumidors relacionats amb els productes culturals digitalitzats es manté com una qüestió clau que exigeix l'adaptació de les institucions polítiques i jurídiques que ordenen aquests mercats.

Hi ha dos aspectes clau que les empreses culturals dels sectors de l'edició discontinua han d'afrontar en l'actualitat. D'una banda, les transformacions que s'estan experimentant en els models de negoci i la cadena de valor (...) D'altra banda, hi ha el greu problema àmpliament conegut i debatut de la regulació i el respecte als drets de la propietat intel·lectual



1. Introducció

Aquest capítol té per objecte analitzar l'evolució, durant el període 2005-2007, de les indústries culturals d'edició discontinua de Catalunya, és a dir, dels sectors dels llibres, els fonogrames, els videogrames i els productes multimèdia fora de línia. Aquestes activitats culturals tenen certes característiques comunes, entre les quals destaca el fet que l'edició dels productes es realitza principalment de forma no contínua en el temps (davant les anomenades indústries de difusió en flux continu) i que, paral·lelament, la distribució es fa a través de diferents finestres de comercialització. Per exemple, a través de la ràdio i/o els concerts de música en viu (en el cas dels fonogrames), del cinema i/o la televisió (els videogrames) o bé d'Internet i la telefonia (en tots els casos). Certament, el progrés tecnològic (i, sobretot, la digitalització) és la causa fonamental que explica aquest fet, així com bona part de les profundes transformacions que s'esdevenen en aquestes activitats culturals.

Des de la perspectiva econòmica, aquestes indústries presenten una estructura d'oligopoli: hi ha un notable grau de concentració d'activitat en unes poques empreses. Aquest fet es manifesta de forma desigual segons el sector considerat. Així, i d'una banda, es dona de forma especialment intensa en el cas dels fonogrames, on quatre grans grups d'abast multinacional apleguen una quota molt alta dels mercats internacionals (propera al 90% a escala mundial). D'altra banda, en el sector del llibre l'estructura oligopolística existeix de forma menys accentuada, i en uns mercats on les barreres lingüístiques actuen com a mecanisme de protecció de les empreses locals/nacionals. Aquesta estructura dels mercats culturals d'edició discontinua s'explica per raons diverses i complementàries: l'elevat cost de producció dels prototips (fet que es dona sobretot en certs àmbits de la indústria del cinema/videogrames i dels videojocs), la possibilitat de generar fortes economies d'escala com a conseqüència de la difusió a gran escala dels productes (fonogrames, videogrames i videojocs, principalment), els costos creixents de promoció comercial i de màrqueting que es requereixen per guanyar un lloc en els mercats globals, etc.

Tot indica, no obstant això, que la revolució digital no debilita aquestes dinàmiques econòmiques, sinó que més aviat les enforteix. Així doncs, el cost de produir els prototips disminueix en certs components de les despeses de producció, tot i que en altres apartats es mantenen o fins i tot s'incrementen. L'abast dels mercats tendeix a ser –almenys potencialment– cada cop major, de manera que la capacitat de generar economies d'escala es reforça. Així mateix, el cost de captar l'atenció dels consumidors augmenta, en uns mercats cada cop més competitius i amb una oferta de productes cada cop més congestionada per una sobreoferta de títols disponibles.

Hi ha, però, dos aspectes clau que les empreses culturals dels sectors de l'edició discontinua han d'afrontar en l'actualitat. D'una banda, les transformacions que s'estan experimentant en els models de negoci i la cadena de valor: es tracta d'un procés de des-intermediació (i, previsiblement, de re-intermediació), amb les incerteses que aquesta situació comporta en les estratègies i en la mateixa supervivència de les empreses. Així, per exemple, en el sector dels fonogrames s'observa un debilitament de la posició dels distribuïdors tradicionals (de CD en

suport físic), mentre que, paral·lelament, emergeixen nous agents en la cadena de valor, com els denominats agregadors, que ocupen un lloc clau en la distribució de la música en línia. D'altra banda, hi ha el greu problema àmpliament conegut i debatut de la regulació i el respecte als drets de la propietat intel·lectual, sense els quals difícilment sembla viable organitzar una activitat econòmica d'aquestes característiques en el mercat.

Aquestes dues qüestions, juntament amb altres factors, contribueixen a dibuixar un escenari de gran incertesa respecte al futur de les indústries culturals d'edició discontinua: hi ha un grau elevat de confusió respecte a les perspectives de desenvolupament que puguin tenir, al mateix temps que el ritme dels canvis en curs –conseqüència de la digitalització– és extraordinàriament ràpid i accelerat.

La situació de les indústries d'edició discontinua a Catalunya s'ha caracteritzat, aquestes tres últimes dècades, per tenir un grau diferent de desenvolupament econòmic i empresarial segons els diferents subsectors que les integren, sense que s'observin canvis significatius de 2005 a 2007. D'una banda, el sector del llibre de Catalunya manté la posició de lideratge a l'Estat i, de l'altra, la situació de la resta d'activitats a Catalunya és comparativament més feble.

L'anàlisi que es presenta a continuació es fonamenta en les dades estadístiques de les indústries d'edició discontinua de Catalunya disponibles a l'acabament de l'any 2008. Així mateix, s'ofereix informació del conjunt del mercat espanyol com a referència comparativa i per als casos en què no hi ha dades específiques disponibles per a l'àmbit de Catalunya.

La presència de béns i equipaments relacionats amb el consum cultural i de comunicació a les llars catalanes ha seguit sent molt similar a la de les espanyoles, excepte en el cas dels ordinadors, en què hi ha un grau de penetració a Catalunya superior al del conjunt de l'Estat



2. L'estructura de l'equipament cultural de les llars a Catalunya

La dotació de béns i equips tècnics especialitzats constitueix una dada bàsica per valorar l'evolució de la demanda de productes d'edició discontinua a Catalunya. Les estadístiques disponibles (EL PAÍS, 2008; GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA, 2008a; FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA, 2008a) informen sobre el grau de penetració d'equipament cultural i de comunicació a la llar per part de les persones de més de 14 anys a Catalunya i Espanya, a partir del qual es pot fer una anàlisi comparativa de les tendències que es manifesten durant el període 2005-2007.

Tal com s'observa a la taula 1, la presència de béns i equipaments relacionats amb el consum cultural i de comunicació a les llars catalanes ha seguit sent (com en els anys anteriors) molt similar a la de les espanyoles, excepte en el cas dels ordinadors, en què hi ha un grau de penetració a Catalunya superior al del conjunt de l'Estat. L'interès principal d'aquestes dades rau, però, en l'anàlisi de l'evolució que han seguit en el temps les diferents tipologies de béns i equips considerats, evolució que ha estat força diferent segons el cas.

D'una banda, i més concretament, hi ha tres tipus d'equipaments la presència dels quals a les llars ha experimentat un augment destacable de l'any 2005 al 2007:

Hi ha tres tipus d'equipaments la presència dels quals a les llars ha experimentat un augment destacable: els ordinadors amb DVD i amb gravadora de CD, la televisió amb DVD connectat i les videoconsoles

- D'una banda, l'ordinador personal és un dels recursos tècnics que ha tingut un major augment, tant a Catalunya (que passa del 49,1% al 60,8%) com a Espanya (del 45,3% al 54,7%). De forma més específica, la disponibilitat d'ordinadors amb DVD i ordinadors amb gravadora de CD és la que ha experimentat un creixement més accentuat durant el període, que s'ha situat al voltant dels 15 punts percentuals.¹
- En segon lloc, hi ha la televisió amb DVD connectat, que ha crescut del 67,3% al 80,9% a Catalunya, i del 61,5% al 77,2% a Espanya.
- Finalment, hi ha les videoconsoles, la penetració de les quals, tot i mantenir una tendència de creixement els darrers anys, representa un percentatge sensiblement inferior al dels altres equipaments esmentats anteriorment. Així mateix, la seva introducció ha evolucionat, de 2005 a 2007, a un ritme menys intens que en anys anteriors: l'any 2007, el 32,9% de les persones de Catalunya majors de 14 anys tenien videoconsola a la llar, percentatge que era del 30,7% a Espanya.²

Taula 1. Equipament cultural i de comunicació a la llar de les persones de més de 14 anys a Catalunya i Espanya (en percentatge) (2005-2007)

	Catalunya		Espanya	
	2005	2007	2005	2007
Fons de llibres a la llar				
Fins a 100	53,9	57,1	53,4	58,0
De 101 a 200	16,8	17,6	17,6	17,0
Més de 200	20,5	20,1	20,5	19,7
No ho sap/No contesta	8,9	5,2	8,5	5,3
Ordinador personal	49,1	60,8	45,3	54,7
Ordinador amb CD-ROM	46,7	57,9	42,5	52,8
Ordinador amb DVD	36,1	54,4	34,3	50,2
Ordinador amb mòdem	37,7	49,3	31,7	42,5
Ordinador amb gravadora de CD	35,8	53,6	31,1	47,7
Ordinador amb Wi-Fi	-	17,1	-	21,0
Videoconsola	27,0	32,9	26,2	30,7
Televisió	99,6	99,5	99,6	99,7
Televisió amb vídeo connectat	66,8	60,6	65,6	61,8
Televisió amb DVD connectat	67,3	80,9	61,5	77,2
Ràdio	95,5	95,1	95,6	95,7
Només ràdio	66,3	72,0	68,1	68,2
Radiocasset	48,8	39,6	54,9	45,2
Walkman amb ràdio	14,6	10,8	17,3	12,6

Font: Gremi d'Editors de Catalunya (2008a), Federación de Gremios de Editores de España (2008a) i El País (2008).

1. La penetració de l'ordinador amb mòdem també ha tingut una evolució de creixement, però en termes comparativament més moderats que els de l'ordinador amb DVD o amb gravadora de CD. Resulta difícil, però, valorar correctament aquesta diferència, atesa l'existència d'altres opcions tecnològiques diferents del mòdem per connectar els ordinadors a les xarxes de telecomunicació (ADSL o altres), de les quals no es té informació del període (tan sols que, aproximadament, una cinquena part de la població disposava d'ordinador amb Wi-Fi el 2007).

2. Cal tenir en compte, en aquest sentit, que el percentatge de llars amb videoconsola va passar del 18,5% de la població catalana el 2003, al 27,0% el 2005.

D'altra banda, s'observa que hi ha certs béns i equips que han mantingut un grau de penetració relativament estable al llarg dels tres anys considerats. Aquest és el cas del llibre (al voltant de la meitat de les persones enquestades disposaven a la llar d'un fons de menys de 100 llibres de 2005 a 2007) i de la ràdio i la televisió (de les quals ha seguit disposant-ne quasi tota la població a les llars, tant a Catalunya com a Espanya).

Per últim, es constata que determinats equips han seguit una tendència de decreixement al llarg del període: la televisió amb vídeo connectat (que passa del 66,8% el 2005 al 60,6% el 2007 a Catalunya), el radiocasset (del 48,8% al 39,6%) i el *walkman* amb ràdio (del 14,6% al 10,8%).

3. Les indústries d'edició discontinua

3.1. El sector dels llibres

El mercat del llibre es manté en una situació estable a Catalunya i Espanya, sense que fins ara s'hagin esdevingut canvis significatius en la seva estructura i funcionament. La millora de l'eficiència de la cadena de comercialització ha estat, al llarg de l'última dècada, un dels aspectes centrals de treball en comú dels diferents nivells de la cadena de valor: la posada en marxa i el desplegament del SINLI (Sistema d'Informació Normalitzada per al Llibre)³ i dels nous recursos d'informació de llibres disponibles en el mercat (principalment, CEGAL en Xarxa i DILVE)⁴ són, sens dubte, els projectes més destacables en aquest sentit. Tot i que aquestes millores poden resultar poc visibles per al comprador final, són fonamentals per incrementar la productivitat del treball en el conjunt del sector. No obstant això, encara no s'ha assolit una utilització àmpliament compartida per part de totes les empreses de la cadena de valor de cap dels anteriors recursos, fet que posa de manifest la dificultat que hi ha per desplegar iniciatives coordinades al conjunt del sector del llibre.

Tot i aquests esforços de millora de la productivitat del sector, les perspectives de digitalització del llibre generen una inquietud creixent entre els agents del sector, tal com es posa de manifest en els debats mantinguts en els congressos sectorials respectius (d'editors, distribuïdors i llibreters), així com en les trobades anuals que es realitzen a fires internacionals com Liber. La crisi existent en els sectors dels fonogrames i dels videogrames s'interpreta, lògicament, com un advertiment preocupant sobre el futur del llibre, i fa que es tinguin en compte els possibles efectes en els mercats de la previsible irrupció del llibre electrònic o els sistemes d'edició de llibres segons demanda. Actualment, hi ha certs segments del mercat del llibre en els quals ja s'ha produït un intens procés de digitalització. Per exemple, amb relació a les bases de dades tècniques, professionals i de coneixement, amb les publicacions (sobretot periòdiques) de caràcter científic, tècnic i acadèmic, o bé amb certes fonts bibliogràfiques d'interès general (diccionaris, enciclopèdies, atlas, projectes promoguts per certes institucions,⁵ etc.). No obstant això, en l'actualitat queden amplis segments del mercat del llibre en els quals la digitalització no ha assolit (si més no, fins ara) uns resultats òptims o prou satisfactoris en termes tècnics o comercials. A més a més, i d'altra banda, es constata un cert estancament de les vendes de llibres en suport paper a través d'Internet a Espanya.

A continuació s'analitzen les principals dades del sector del llibre de Catalunya relatives als anys 2005-2007, segons les fonts d'informació disponibles (GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA, 2008b; FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA, 2008b; FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES NACIONALES DE

Tot i els esforços de millora de la productivitat del sector, les perspectives de digitalització del llibre generen una inquietud creixent entre els agents del sector



3. A finals de l'any 2000 es va posar en marxa el projecte de normalitzar els documents de gestió més importants que a diari s'intercanvien llibreters, distribuïdors i editors per tal de facilitar i agilitzar les operacions entre ells. Amb aquesta vocació es va crear el SINLI, un protocol de comunicació de les operacions comercials que tenen lloc en el sector i que permet, a través d'un format electrònic estandaritzat, la integració d'aquesta informació als sistemes de gestió de les empreses.

4. Es tracta de serveis electrònics per a la gestió a través d'Internet de l'oferta de títols de llibres en el mercat espanyol. CEGAL en Xarxa és una iniciativa de la Confederació Espanyola de Gremis i Associacions de Llibreters (CEGAL), i DILVE (Distribució d'Informació del Llibre Espanyol en Venda) ho és de la Federació de Gremis d'Editors d'Espanya.

5. Com, per exemple, la Biblioteca Virtual Joan Lluís Vives, la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes i el Projecte Gutenberg.

**Entre els grans
grups d'edició de
llibres de
Catalunya, el grup
Planeta manté la
posició de
lideratge dels
mercats de l'edició
en castellà a
escala mundial**

**Amb relació a la
producció de
llibres en
llengua catalana,
destaquen per
la seva dimensió
econòmica
Enciclopèdia
Catalana
i Grup 62**



6. Pel total d'Espanya també hi ha hagut un increment notable d'empreses d'edició de llibres. Concretament, el 2007 hi havia 800 empreses que formaven part de la Federació de Gremis d'Editors d'Espanya (davant les 724 empreses de l'any 2005), més un total de 687 editorials no agremiades a l'Estat (548 el 2005). Això suposa que un 53,8% de les editorials espanyoles estaven agremiades, i que el 46,2% restant no ho estaven.

7. Els moviments en l'accionariat de Grup 62 han suposat canvis importants, materialitzats, a inicis de 2008, en la seva filial Distribuciones de Enlace. Concretament, Grup 62 i Enciclopèdia Catalana han posat en funcionament, el febrer de 2008, la distribuïdora Àgora Solucions Logístiques, SL, amb una participació del 60% i del 40%, respectivament. Grup 62 aporta a aquesta nova plataforma logística els segells que distribuïa Enlace, i Enciclopèdia Catalana, els que formaven part de Digec. D'altra banda, cal assenyalar que l'empresa Distribuciones Prólogo es trobava, l'any 2008, en situació de liquidació.

DISTRIBUIDORES DE EDICIONES, 2008; GREMI DE LLIBRETERS DE BARCELONA I CATALUNYA, 2008; INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA, 2008):

- **Empreses del sector del llibre:** L'any 2007 es van comptabilitzar a Catalunya un total de 296 editorials integrades al Gremi d'Editors de Catalunya, aproximadament el 37% del total d'editorials d'Espanya que formaven part d'un gremi (vegeu la taula 2). Això ha suposat un augment del 13,8% respecte a la xifra d'empreses de 2005, tendència de creixement que s'ha donat igualment al conjunt de l'Estat.⁶ Entre els grans grups d'edició de llibres de Catalunya, el grup Planeta manté la posició de lideratge dels mercats de l'edició en castellà a escala mundial. A Barcelona, hi segueixen tenint la seu empreses vinculades a grans grups multinacionals del sector del llibre, com el grup Bertelsmann (amb Círculo de Lectores i Random House Mondadori) o Hachette Livre, del grup Lagardère (que, a Barcelona, compta amb Salvat Editores), juntament amb les societats pertanyents a grups autòctons i amb projecció internacional (entre les quals cal fer esment de RBA, Océano i Zeta). Amb relació a la producció de llibres en llengua catalana, destaquen per la seva dimensió econòmica Enciclopèdia Catalana i Grup 62. L'any 2006 es va esdevenir un canvi rellevant en la propietat del capital social de la segona d'aquestes empreses, amb l'entrada dels grups Planeta i Enciclopèdia Catalana al seu accionariat (tot reduint-se la participació que hi tenia La Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona). D'altra banda, l'activitat editorial en llengua catalana també compta amb un important protagonisme dels grans grups editorials amb seu a Catalunya, que tenen empreses editores especialitzades en la producció de llibres en aquesta llengua com, per exemple, Columna, del grup Planeta, o La Magrana, del grup RBA. En l'apartat del sector de la distribució de llibres es van comptabilitzar un total de 131 empreses distribuïdores de llibres a Espanya l'any 2007. D'aquestes, un 26,7% (és a dir, 35 empreses) tenien la seu a Catalunya, entre les quals, pel seu volum de negoci i especialització en el mercat del llibre, cal destacar els casos de Distribuciones de Enlace, Les Punxes Distribuïdora i L'Arc de Berà.⁷ Finalment, el 2007 es van identificar 642 llibreries a Catalunya, xifra que representa una lleugera disminució del total d'aquesta tipologia d'establiments comercials del país.
- **Editorials amb activitat:** La proporció d'editorials agremiades de Catalunya que estaven integrades en un grup o hòlding empresarial s'ha mantingut al llarg del període analitzat en uns percentatges que s'han situat entre el 25% i el 30% (el 28,4% el 2007). Per tant, el sector de l'edició de llibres segueix caracteritzant-se per l'existència d'un dens teixit de petites i mitjanes empreses (ateses les baixes barreres d'entrada o dificultats econòmiques que hi ha per a la creació d'empreses editorials).
- **Concentració empresarial:** El mercat editorial espanyol ha continuat amb una estructura oligopolística molt similar a la d'anys anteriors: 32 de les empreses agremiades (el 4,0% del total) són de gran dimensió, és a dir, han tingut una facturació

anual de més de 18 milions d'euros. Aquestes poques empreses han concentrat el 36,3% dels títols editats anualment, i el 63,5% de les vendes totals en el mercat interior.

- **Activitat editorial:** D'una banda, el nombre de títols editats aquests darrers anys a Catalunya ha seguit una evolució de creixement fins el 2006 (tot i que de forma menys intensa) i s'ha aturat lleugerament el 2007. Concretament, el 2007 es va assolir la xifra de 31.097 títols editats a Catalunya, davant els 31.131 de 2006 i els 30.708 de 2005. A Espanya, la quantitat de títols editats ha mantingut un augment sostingut durant el període (de 69.598 títols el 2005 a 70.520 el 2007), de manera que l'activitat de les empreses catalanes ha representat entre el 44,1% i el 45,2% del total de títols editats a Espanya durant el període. Quant al nombre d'exemplars, les editorials catalanes van publicar-ne un total de 179,78 milions (el 50,3% del total d'Espanya, percentatge que era del 51,6% el 2005). Aquesta xifra va representar una mitjana de tiratge per títol de 5.781 exemplars a Catalunya (davant els 5.405 exemplars de 2005) i de 5.070 a Espanya (4.619 l'any 2005). Per tant, tot i la reducció del ritme de creixement del nombre de títols a Catalunya (i en menor mesura a Espanya), hi ha hagut un increment de la mitjana d'exemplars publicats per títol. L'any 2007, el total de títols vius en catàleg de les editorials catalanes va assolir la xifra rècord de 161.034 (davant els 136.556 de 2005), fet que representava el 43,6% del total d'Espanya (vegeu la taula 2).
- **Vendes:** L'any 2007, les vendes de les editorials agremiades de Catalunya van ser de 1.662,6 milions d'euros al conjunt del mercat espanyol a preu de venda al públic amb IVA inclòs (1.569,3 milions el 2005). Aquesta quantitat suposa que l'edició de llibres a Catalunya ha tingut una quota del 53,2% del total de l'edició a Espanya, percentatge que ha seguit estable de 2006 a 2007. L'any 2007, les empreses catalanes continuaven mantenint una posició de lideratge en la majoria de matèries (excepte, com l'any 2005, en el text no universitari, universitari/científic i tècnic, i ciències socials i humanitats, en què les editorials catalanes representaven poc menys d'una tercera part del conjunt del mercat espanyol). Les vendes de llibres localitzades a Catalunya es van estimar, per a l'any 2007, en 671,5 milions d'euros, és a dir, el 21,5% del mercat espanyol, xifra que suposa una proporció lleugerament inferior a la de 2005, que era del 23,0%. No obstant això, aquesta xifra va representar una despesa per habitant de 93,1 euros, clarament per sobre de la mitjana d'Espanya (69,1 euros per habitant) (vegeu la taula 2).
- **Canals de venda:** De 2005 a 2007, les empreses catalanes han reforçat la seva posició, tradicionalment dominant, en els canals de comercialització del llibre: concretament, les editorials catalanes han concentrat entre el 80% i el 90% de les vendes de llibres a Espanya a través de quioscs; la venda a crèdit i telefònica, i a través de clubs, Internet i subscripció (vegeu la taula 3). Per contra, la quota de vendes de les editorials catalanes a través d'altres canals, en els quals el 2005 ja tenien una posició de mercat més feble, ha tendit a reduir-se (com és el cas d'empreses i institucions i altres canals). En aquest apartat, cal remarcar la lleugera pèrdua de quota de mercat en les cadenes de llibreries (s'ha passat del 53,2% el 2005 al 47,9% el 2007) i el notable reforçament amb

De 2005 a 2007, les empreses catalanes han reforçat la seva posició, tradicionalment dominant, en els canals de comercialització del llibre: concretament, les editorials catalanes han concentrat entre el 80% i el 90% de les vendes de llibres a Espanya a través de quioscs; la venda a crèdit i telefònica, i a través de clubs, Internet i subscripció



Taula 2. Evolució del mercat interior de llibres d'Espanya, segons empreses, títols i vendes (2005-2007)

	2005	2006	2007
Total empreses editorials de llibres			
Espanya	1.272	1.426	1.487
Empreses editorials agremiades			
Espanya	724	776	800
Catalunya	260	278	296
% Catalunya sobre Espanya	35,9	35,8	37,0
Títols editats per les empreses agremiades			
Espanya	69.598	68.930	70.520
Catalunya	30.708	31.131	31.097
% Catalunya sobre Espanya	44,1	45,2	44,1
Vendes en el mercat interior ^A			
Empreses d'Espanya	2.933,2	3.014,5	3.123,2
Empreses de Catalunya	1.569,3	1.603,2	1.662,6
% Catalunya sobre Espanya	53,5	53,2	53,2
Localització de les vendes de llibres			
Vendes de llibres a Catalunya ^A	674,6	666,2	671,5
Vendes de llibres per habitant a Espanya (en euros)	66,5	67,4	69,1
Vendes de llibres per habitant a Catalunya (en euros)	96,4	93,4	93,1
% vendes de llibres a Catalunya sobre total Espanya	23,0	22,1	21,5

^A Vendes de les empreses agremiades en el mercat interior a preus corrents en milions d'euros, calculades a preu de venda al públic amb IVA inclòs.
Font: Gremi d'Editors de Catalunya (2008b) i Federació de Gremios de Editores de España (2008b).

Taula 3. Vendes de llibres de les editorials de Catalunya en el mercat interior d'Espanya, segons canal de comercialització (2005-2007)^A

	2005		2006		2007	
	Editorials de Catalunya	% Catalunya sobre Espanya	Editorials de Catalunya	% Catalunya sobre Espanya	Editorials de Catalunya	% Catalunya sobre Espanya
Establiment comercial	890,0	47,4	901,4	46,9	1.028,4	50,4
Llibreries	405,6	42,2	400,4	39,9	413,8	41,7
Cadenes de llibreries	250,7	53,2	241,2	52,1	231,4	47,9
Hipermercats	123,2	42,8	126,3	44,1	157,3	53,8
Quioscs	110,6	70,7	133,6	78,3	226,0	83,0
Altres canals	679,3	64,3	701,8	64,3	634,1	58,5
Empreses i institucions	94,2	35,6	112,9	37,4	90,0	27,5
Venda a crèdit + Venda telefònica	296,5	79,4	274,7	79,6	299,7	89,2
Correu	70,2	60,5	50,4	50,4	33,6	37,8
Clubs + Internet	119,1	69,7	144,0	77,8	183,9	85,7
Altres canals	99,3	75,3	119,8	74,7	26,9	23,0
TOTAL	1.569,3	53,5	1.603,2	53,2	1.662,6	53,2

^A Vendes de les empreses agremiades en el mercat interior d'Espanya a preus corrents en milions d'euros, calculades a preu de venda al públic amb IVA inclòs.
Font: Gremi d'Editors de Catalunya (2008b) i Federació de Gremios de Editores de España (2008b).

relació als hipermercats (del 42,8% al 53,8%, respectivament). El pes de les vendes de les editorials de Catalunya a través de les llibreries independents s'ha mantingut de 2005 a 2007 al voltant del 42%.

- **Distribució:** La forta concentració de l'activitat de les empreses de distribució de llibres d'Espanya a Madrid s'ha mantingut de 2005 a 2007. Així, igual que el 2005, aquesta comunitat va concentrar, l'any 2007, prop de la meitat de les empreses distribuïdores de llibres de l'Estat, i prop del 70% del volum de negoci del sector a Espanya. El 2007 hi havia a Catalunya el 26,7% d'aquestes empreses, les quals van realitzar el 13% de la facturació. En conseqüència, es confirma que la funció de comercialització i difusió de l'obra editorial està centralitzada a Madrid on, a més d'haver-hi les grans distribuïdores (tant del mercat interior com exterior), també hi ha els mitjans de comunicació (premsa, ràdio i televisió) d'abast estatal.
- **Llibreries:** El 2007, les vendes a través de llibreries a Espanya, considerant tant les llibreries independents com les cadenes de llibreries,⁸ han representat en el seu conjunt el 47,2% de les vendes totals al mercat interior. Això ha suposat un cert manteniment de la posició d'aquest canal de venda tradicional de llibres a Espanya. No obstant això, cal remarcar que les vendes a través de les llibreries independents han disminuït de 2002 (quan representaven el 38,6% del total del mercat) a 2007 (31,8% del total). Per contra, les vendes a través de les cadenes de llibreries han seguit una tendència de creixement (com també s'ha donat amb relació a altres establiments comercials).
- **Comerç amb l'estranger:** Segons les dades disponibles de l'Institut d'Estadística de Catalunya, les exportacions de llibres realitzades des de Catalunya van representar el 47,7% del total d'Espanya el 2007 (davant el 43,1% de l'any 2005). En l'apartat de les importacions, els percentatges van ser del 26,1% (any 2007) i del 21,8% (2005). En nombres absoluts, la xifra d'exportacions de llibres d'Espanya ha tingut una evolució negativa (de 669,9 milions d'euros el 2005 a 594,8 milions el 2007), mentre que a Catalunya sembla mantenir-se al voltant dels 285 milions d'euros durant el període (tot i que hi va haver un notable increment el 2006, quan es van assolir els 307,2 milions d'euros).
- **Llengua catalana:** L'activitat d'edició de llibres en llengua catalana segueix estant molt focalitzada en el llibre de text no universitari, el qual, l'any 2007, ha representat el 37,8% dels títols editats i el 45,2% de les vendes en el mercat interior. Si es pren el conjunt del mercat espanyol com a referència, la importància d'aquesta matèria és d'aproximadament el 25% dels títols i de les vendes. Aquest fet posa de manifest que l'edició de llibres en llengua catalana té una elevada concentració de les vendes en el llibre de text escolar (molt superior a la del conjunt d'Espanya). Davant d'això, pot afirmar-se, d'una banda, que hi ha una situació de precària "normalitat" en l'edició de llibres en català, ja que aquest elevat percentatge suposa una baixa proporció de vendes en altres matèries. Paral·lelament, tot indica que possibles canvis en les polítiques públiques relatives al llibre de text escolar poden tenir importants efectes sobre el conjunt de l'edició de llibres en català.

Es confirma que la funció de comercialització i difusió de l'obra editorial està centralitzada a Madrid on, a més d'haver-hi les grans distribuïdores, també hi ha els mitjans de comunicació d'abast estatal

L'edició de llibres en llengua catalana té una elevada concentració de les vendes en el llibre de text escolar



8. En el grup de cadenes de llibreries s'hi contempla la FNAC, la Casa del Llibre, El Corte Inglés, etc.

**En l'estructura
empresarial
del sector
discogràfic català
s'han produït dos
canvis molt
rellevants al llarg
del període
2005-2007:
la compra de
Vale Music per
Universal Media
Group i dels
fons de PDI
per l'empresa
catalana Picap**



3.2. El sector dels fonogrames

Els efectes de la digitalització del sector dels fonogrames a Catalunya s'han continuat manifestant de forma tan intensa com els anys immediatament precedents al període 2005-2007. D'una banda, l'increment de la pirateria i de l'accés sense pagar a continguts musicals a través d'Internet per part de segments cada cop més amplis de la població són els fets principals que semblen haver comportat una pèrdua progressiva de vendes en el sector. D'altra banda, s'han comptabilitzat ingressos creixents per la comercialització d'obres musicals en format digital en línia (per Internet mateix i per telefonia mòbil), tot i que no han compensat la disminució de la xifra de negocis del sector esmentada més amunt. Aquesta experiència del sector dels fonogrames, i molt especialment els resultats que s'assoleixen mitjançant la introducció de mesures innovadores per part de les empreses fonogràfiques, constitueix, sens dubte, una referència fonamental per a la resta de sectors de l'edició discontinua davant la digitalització. Al llarg d'aquests anys, l'empaquetament de productes i serveis ha estat una de les pràctiques que, amb tot, s'ha mostrat relativament efectiva: comercialització de CD musicals al moment de realitzar concerts de música en viu, venda de CD juntament amb altres productes (premsa, llibres o DVD, fonamentalment), etc. Per contra, i en general, els ingressos obtinguts de la descàrrega de música digital a través de les xarxes telemàtiques han tingut fins ara un impacte econòmic molt marginal en la comptabilitat de les empreses.

La situació del sector de la indústria fonogràfica a Catalunya i Espanya de 2005 a 2007 ha evolucionat en els termes següents (PROMUSICAE, 2008; INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS, 2008):

- **Empreses:** En el sector de l'edició de fonogrames a Catalunya hi havia un total de 87 empreses actives el 2007, comptabilitzant-hi discogràfiques, editorials i companyies de management. El 86,2% d'aquestes empreses es dedicava a la producció, el 63,2% a l'edició, el 31,0% a la distribució i el 66,7% al management i a la promoció (INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS, 2008). En l'estructura empresarial del sector discogràfic català s'han produït dos canvis molt rellevants al llarg del període 2005-2007. D'una banda, el juny de 2006 Universal Music Group (propietat del conglomerat francès Vivendi) va comprar l'empresa Vale Music, que fins aleshores era el principal segell independent d'Espanya i de Catalunya gràcies, sobretot, a l'èxit de vendes assolit pels llançaments d'*Operación Triunfo*. L'empresa ha mantingut les oficines a Barcelona, així com la personalitat jurídica com a societat (encara que dependent de l'esmentada multinacional). D'altra banda, l'any 2007 l'empresa catalana Picap, SL, va adquirir els importants fons de l'empresa discogràfica PDI (que incloïa els de la històrica Edigsa). En conseqüència, Picap ha iniciat un procés de reedició digital de l'exhaustiu fons editorial català, bona part del qual estava descatalogat (i dins del qual hi ha l'Antologia Històrica de la Música Catalana i moltes obres emblemàtiques de la cançó catalana). A més a més, i segons la seva dimensió econòmica, també cal destacar les següents discogràfiques amb seu a Catalunya: Blanco y Negro, Discmedi, Divucsa, Harmonia Mundi i Open Records.

Taula 4. Evolució del mercat de la música enregistrada d'Espanya (2005-2007)

	2005	2006	2007
Unitats venudes (en milions)	46,4	45,0	34,7
CD	42,4	39,6	31,7
DVD musicals	3,3	2,5	2,1
Cassets i altres	0,1	2,1	0,2
Singles ^A	1,7	0,8	0,6
LP	0,0	0,0	0,1
Valor de les vendes anuals al mercat interior ^B	437,7	395,0	305,1
Mercat fora de línia (distribució física)	s. d.	371,8	276,4
Mercat en línia (distribució digital Internet)	s. d.	3,7	5,2
Mercat en línia (distribució digital telefonia mòbil)	s. d.	19,4	23,5
Compres de música enregistrada per habitant (en euros)	9,9	8,8	6,8

^A Per estimar el total se segueix la regla IFPI: 3 singles = 1.
^B Vendes a preus corrents en milions d'euros i IVA inclòs.
Font: Promusicae (2008 i 2009).

El teixit de les discogràfiques de Catalunya està integrat principalment per empreses independents que tenen unes vendes que representen al voltant del 8% del total del mercat espanyol



- **Concentració empresarial:** Tal com ja s'ha dit anteriorment, l'estructura oligopolística també és característica del mercat fonogràfic (a Espanya i a escala internacional). En termes de vendes, les grans *majors* internacionals han concentrat aproximadament el 85% de les vendes del sector a Espanya els anys 2006 i 2007. Aquest percentatge és sensiblement superior al de 2005, fet que es pot explicar molt probablement per l'absorció de Vale Music per part d'Universal. Cap d'aquestes empreses multinacionals té la seu principal a Catalunya, de manera que Madrid segueix concentrant la major part de l'activitat del sector en termes de

Taula 5. Distribució de les vendes en el mercat espanyol de música enregistrada per tipus de companyia (2005-2007)

	2005		2006		2007	
	Vendes (milers d'euros)	%	Vendes (milers d'euros)	%	Vendes (milers d'euros)	%
Grans majors internacionals ^A	323.811,9	74,0	337.038,5	85,3	256.184,9	84,0
Altres empreses: ^B	113.881,2	26,0	57.962,2	14,7	48.930,6	16,0
-amb seu a Catalunya	80.466,4	18,4	28.388,2	7,2	24.136,5	7,9
-amb seu a la resta d'Espanya	33.414,8	7,6	29.574,0	7,5	24.794,1	8,1
TOTAL	437.693,0	100,0	395.000,6	100,0	305.115,5	100,0

^A Inclou Sony Music Entertainment, Warner Music, Universal Music i EMI Music.
^B Estimats a partir de les dades disponibles.
Font: Promusicae (2008 i 2009).

volum de negoci. Així, el teixit de les discogràfiques de Catalunya està integrat principalment per empreses independents (és a dir, no dependents de les grans multinacionals) que tenen unes vendes que representen al voltant del 8% del total del mercat espanyol.⁹

- **Activitat:** De 2005 a 2007, la major part de la producció i de les vendes del sector dels fonogrames d'Espanya encara ha estat en format CD, el qual ha concentrat entre el 90% i el 95% del total d'unitats venudes i de les vendes. A partir de 2006 es van començar

9. La quota de mercat corresponent a les empreses discogràfiques independents de Catalunya era propera al 18% el 2005, però s'ha reduït fins al 8% per la compra de Vale Music per part d'Universal Music, ja comentada anteriorment (i que explica l'augment de la quota de mercat corresponent a les multinacionals).

En un context de crisi del DVD, conseqüència, principalment, de la pirateria i de l'emergència de noves pràctiques d'accés a continguts audiovisuals en línia, emergeix el mercat del vídeo segons demanda que, especialment a partir de 2007, ha experimentat un notable creixement



a comptabilitzar les vendes a Espanya a través dels mercats en línia, que l'any 2007 van ascendir a 5,2 milions d'euros a través de la distribució digital per Internet i a 23,5 milions d'euros per telefonia mòbil. Tot i el notable creixement experimentat, cal destacar que aquests ingressos tan sols representaven el 10% del total de les vendes del sector a Espanya. Com a dades de referència, cal tenir en compte que les vendes de música en suports digitals en línia (Internet i telefonia mòbil) han representat, l'any 2007, el 24% del total del mercat discogràfic als Estats Units, el 16% al Japó i entre el 5% i el 10% als principals països de la Unió Europea (IFPI-INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY, 2008).

- **Vendes de música enregistrada:** El valor de les vendes del mercat de la música enregistrada a Espanya l'any 2007 va situar-se en els 305,1 milions d'euros (davant els 437,7 milions d'euros de 2005 i els 531 de l'any 2003). Aquest decrement de les vendes es reflecteix en una disminució notable de les compres de música enregistrada per habitant, que van passar de 12,4 euros per habitant el 2003 a 9,9 euros per habitant el 2005, i a 6,8 euros el 2007, dades que són clarament il·lustratives de la forta crisi del sector (vegeu la taula 4).
- **Canals de venda:** No hi ha informació actualitzada de les vendes de música enregistrada segons el canal de venda a Espanya. No obstant això, tot indica que hi ha hagut una notable davallada de les vendes a través de tots els canals, i molt especialment de les botigues tradicionals (moltes de les quals han hagut de tancar o es troben en una situació econòmica i financera molt difícil).¹⁰ Els grans magatzems i els hipermercats han mantingut durant el període l'oferta de fonogrames en la seva activitat comercial.

3.3. El sector videogràfic

El DVD s'ha introduït de manera extraordinàriament ràpida en els mercats audiovisuals de Catalunya i Espanya durant la dècada actual: l'any 2000 tan sols un 2,3% de les llars espanyoles (i també europees) disposaven de lector de DVD, mentre que l'any 2007 aquest percentatge s'ha situat al voltant del 75%, tant a Espanya com a la Unió Europea (EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY, 2008). Tot i això, la celeritat del canvi tecnològic és tan elevada que l'any 2005 (dos anys abans que s'hagués assolit aquest elevat grau de penetració de lectors de DVD a les llars) ja s'iniciava una tendència de disminució de la xifra de vendes en el comerç al detall de DVD (tant de lloguer com de compra).

La crisi d'aquest format de difusió de l'obra audiovisual, per tant, ha caracteritzat l'evolució del sector videogràfic de 2005 a 2007, en una línia molt similar a la seguida pel sector dels fonogrames que s'acaba de comentar (conseqüència, principalment, de la pirateria i de l'emergència de noves pràctiques d'accés a continguts audiovisuals en línia). En aquest escenari, emergeix el mercat del vídeo segons demanda que, especialment a partir de 2007, ha experimentat un notable creixement. Segons dades de l'European Audiovisual Observatory, a finals de 2008 es van comptabilitzar un total de 278 serveis de vídeo segons demanda actius a Europa que incloïen obres cinematogràfiques en la seva oferta de productes.¹¹ Sobre la base d'aquest cens, s'han identificat un total de 177 empreses editores a Europa, part de les quals pertanyien a uns mateixos grups empresarials amb presència a diferents països (o a un

10. El gener de 2009 Discos Castelló presentava un concurs de creditors (l'antiga suspensió de pagaments) com a conseqüència de la forta caiguda de les vendes experimentada des de 2005. Aquesta és la principal empresa del sector "independent" del comerç al detall de fonogrames de Catalunya (amb 10 botigues), que també opera en el mercat de la distribució a l'engròs de fonogrames.

11. Les dades fan referència a 38 Estats; aquest recompte no inclou serveis que han ofert únicament programes de televisió, films per adults ni llocs amb continguts generats pels usuaris. Un servei amb una mateixa marca s'ha comptabilitzat múltiples vegades si apareix en més d'un país o en diferents versions segons el tipus de xarxa (Internet, cable, IPTV), però només una vegada si el mateix servei s'inclou en l'oferta de diferents distribuïdors o plataformes.

mateix país a través de distintes filials). Aquestes empreses editores es distribueixen de la següent manera: 58 operadors de telecomunicacions, 34 agregadors de continguts, 24 editors o empaquetadors de continguts televisius, 18 operadors de cable, 12 distribuïdors de béns culturals, 10 companyies cinematogràfiques, 8 editors de vídeo i 13 d'altra naturalesa. S'ha de remarcar que quasi la totalitat d'aquests serveis han tingut un àmbit d'actuació força segmentat en termes geogràfics, amb la qual cosa es manté la tradició europea de divisió territorial dels contractes de distribució audiovisual per països o àrees culturals. Finalment, cal assenyalar que en l'oferta d'aquestes empreses predominen clarament els serveis de lloguer de continguts (en 226 dels 278 casos), mentre que els models d'abonament i de compra tenen una presència més marginal.

Tot i la incertesa que hi ha amb relació al futur de la distribució d'obres audiovisuals en línia, aquestes dades indiquen que els agents que operen en la distribució d'audiovisual segons demanda ocuparan previsiblement un lloc destacat en la futura cadena de valor del sector, que actualment està en un procés de profunda transformació. Les dades disponibles encara no permeten, tanmateix, una anàlisi acurada de l'impacte econòmic d'aquests nous mercats a Catalunya i Espanya (com tampoc a la Unió Europea). Tenint en compte aquesta limitació, les característiques principals de la situació del sector de la indústria videogràfica a Catalunya i Espanya durant el període 2005-2007 són les següents (INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES, 2008; EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY, 2008):


- **Empreses:** Les principals empreses de distribució de videogrames de Catalunya (en termes de vendes i/o de títols editats anualment) són les següents: SAV Sociedad Anónima del Vídeo (participada pel grup Planeta), Manga Films (empresa integrada al grup Vértice 360°), Sociedad General de Derechos Audiovisuales (del grup Filmax), SelectaVisión i les empreses especialitzades en continguts per a adults Film Corporation 2000, Interselección, Milcap Media Group i Savor Ediciones (vinculada a SAV Sociedad Anónima del Vídeo). Cal remarcar que, el gener de 2006, Lauren Films va signar un acord segons el qual el Grup Filmax assumia el servei de comercialització dels títols en DVD de la companyia, tant en lloguer com en venda directa.¹²
- **Concentració empresarial:** El sector de la distribució de videogrames també es caracteritza per l'existència d'un grau elevat de concentració empresarial i pel domini de les filials de les grans *majors* nord-americanes en el mercat espanyol. Atès que no hi ha dades disponibles sobre aquesta qüestió, l'anàlisi pren en consideració la informació relativa a la quantitat de títols comercialitzats anualment. Segons aquesta informació, un total de 16 empreses van editar aproximadament la meitat de les pel·lícules a Espanya en format DVD (o VHS) durant el període 2005-2007. En concret, l'anàlisi de les dades proporcionades per l'INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (2008) permet assenyalar que aquestes societats van editar 2.915 títols el 2005 (el 55,1% del total) i 3.279 el 2007 (el 48,5%). Cal remarcar que la tendència a la disminució del percentatge de pel·lícules editades per aquestes grans empreses respecte al total no suposa necessàriament una

El sector de la distribució de videogrames també es caracteritza per l'existència d'un grau elevat de concentració empresarial i pel domini de les filials de les grans *majors* nord-americanes en el mercat espanyol



12. Vegeu <<http://www.laurenfilm.es>>. S'ha de recordar que el juny de 2004 Lauren Audiovisual Holding, un dels grups que tradicionalment havia tingut més importància a Catalunya i Espanya en el camp de la distribució i l'exhibició cinematogràfiques, va presentar una sol·licitud de suspensió de pagaments, amb la qual cosa es posava de manifest la situació de greu crisi econòmica d'aquest grup d'empreses.

Cap de les grans multinacionals nord-americanes de l'audiovisual no té la seu a Catalunya. No obstant això, hi ha 8 empreses videogràfiques amb seu a Catalunya que formen part del grup de 16 que van editar aproximadament la meitat de les pel·lícules a Espanya en format DVD (o VHS) durant el període 2005-2007



reducció de la seva quota de mercat en termes de vendes.¹³ Cap de les grans multinacionals nord-americanes de l'audiovisual no té la seu a Catalunya. No obstant això, i igual que passava l'any 2005, hi ha un nombre considerable d'empreses videogràfiques amb seu a Catalunya que formen part d'aquesta relació d'empreses amb un major nombre de pel·lícules comercialitzades a l'Estat durant els anys 2005-2007. Concretament, s'identifiquen 8 empreses catalanes (del total de 16 que van editar aproximadament la meitat del total dels títols produïts a Espanya), tot i que amb les dades disponibles es desconeix la seva participació en termes de vendes en el mercat.

- **Activitat:** S'observa un augment notable del nombre de títols de videogrames editats a Espanya (que van passar de 3.708 l'any 2002, a 5.295 el 2005 i a 6.765 el 2007), mentre que, paral·lelament, s'ha reduït fortament la xifra total de còpies realitzades (de 39,8 milions el 2002 a 37,4 milions el 2005 i 12 milions el 2007). Tot i que aquesta evolució no comporta una disminució del grau de concentració de les vendes en els títols de més èxit, sí que hi ha hagut una molt forta reducció del tiratge d'exemplars per títol, que ha passat de 8.067 còpies per títol el 2004, a 7.055 còpies el 2005 i 1.774 el 2007 (vegeu la taula 6). Les obres originàries dels Estats Units s'han mantingut el 2006 i el 2007 en una posició dominant en el mercat espanyol, ja que han representat al voltant del 37% del total de films qualificats aquests anys. La cinematografia espanyola es va mantenir durant el mateix període al voltant del 15% dels títols editats (INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES, 2008).
- **Vendes del mercat videogràfic:** Les dades disponibles sobre el mercat videogràfic a Espanya (EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY, 2008) només contemplen el DVD com a suport de difusió (sense que es comptabilitzin les vendes marginals que es puguin haver generat en VHS). Concretament, les vendes de

Taula 6. Nombre de títols comercialitzats i de còpies realitzades en el mercat del vídeo d'Espanya (2004-2007)

	Títols editats	Nombre de còpies	Còpies per títol
2004	4.240	34.204.735	8.067
2005	5.295	37.354.068	7.055
2006	6.468	20.875.804	3.228
2007 ^A	6.765	11.998.688	1.774

^A Dades provisionals (desembre de 2008).
Font: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (2008).

Taula 7. Mercat del DVD a Espanya (2005-2007)

	2005	2006	2007
Venda (en milions d'euros)	383,1	364,5	367,9
Lloguer (en milions d'euros)	304,8	266,5	199,8
Total (en milions d'euros)	687,9	631,0	567,7
Compres de DVD per habitant (en euros)	15,6	14,1	12,6

Font: European Audiovisual Observatory (2008).

13. La correcta interpretació d'aquesta evolució, però, ha de tenir en compte l'increment del nombre de títols editats anualment, juntament amb la disminució de la mitjana d'exemplars produïts per títol, qüestió que s'analitza més detingudament a continuació.

videogrames en el mercat espanyol van experimentar una sensible davallada de 2005 a 2007: van passar de 687,9 milions d'euros a 567,7 milions, respectivament. Aproximadament dues tercers parts de la facturació van correspondre a la venda, i la resta, al lloguer (vegeu la taula 7).

- **Canals de venda:** No hi ha informació específica de l'evolució del mercat videogràfic segons els canals de comercialització a Espanya. No obstant això, les estimacions disponibles indiquen que hi ha hagut una davallada del parc de videoclubs a Espanya. Així, segons l'EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2008), la xifra de punts de venda i de lloguer de vídeo i DVD a Espanya ha passat de 6.000 establiments el 2005 a 5.500 el 2007.
- **Llengua catalana:** La Generalitat de Catalunya promou des de 1991 el doblatge al català de pel·lícules estrangeres. Concretament, entre 2006 i 2007 s'han doblat un total de 27 pel·lícules d'animació, 11 pel·lícules per a tots els públics, 53 per al públic adult i 6 de gran format. Certament, si es té en compte la xifra de títols de videogrames editats anualment a Espanya, aquestes quantitats d'obres doblades al català indiquen que les mesures de política lingüística del Govern de la Generalitat de Catalunya han tingut un feble efecte en el mercat (SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA. GENERALITAT DE CATALUNYA, 2008).

Si es té en compte la xifra de títols de videogrames editats anualment a Espanya, la quantitat d'obres doblades al català indica que les mesures de política lingüística del Govern de la Generalitat de Catalunya han tingut un feble efecte en el mercat



3.4. El sector multimèdia fora de línia

Entre les noves i variades formes de producció digital multimèdia fora de línia que de forma progressiva emergeixen en els mercats culturals, hi ha dues línies de producte que ja han assolit un nivell prou avançat a nivell tecnològic i comercial, i que són objecte d'anàlisi en aquest apartat: les obres d'edició multimèdia que tenen el seu origen en el sector de l'edició de llibres (obres editorials de referència, materials educatius i de formació, etc.) i els videojocs. Ambdues línies de producte reuneixen, en bona part, els atributs que caracteritzen l'anomenada edició multimèdia digital i interactiva. És a dir, són productes que integren de forma idònia totes les morfologies o llenguatges (multimèdia), que es produeixen mitjançant la tecnologia digital i que, en molts casos, comporten la possibilitat que l'emissor i el receptor intercanviïn els seus papers de forma recíproca (interactivitat).

Aquest segment del mercat de l'edició discontinua planteja, però, certes particularitats a tenir en compte que el situen en una franja propera a les activitats culturals de difusió en flux continu. D'una banda, aquests productes estan associats freqüentment a l'accés de continguts culturals en xarxa (a través d'Internet o de telefonia mòbil); de l'altra, el procés de producció de les obres multimèdia tendeix a organitzar-se a través del desenvolupament del producte en versions successivament millorades i/o ampliades. Per tant, aquests productes editats no són necessàriament obres acabades, i el consumidor pot accedir a versions o actualitzacions d'aquests mitjançant als corresponents serveis en línia. Certament, el canvi tecnològic també pot acabar comportant la necessitat de reformular la tradicional classificació de les activitats culturals segons la qual es diferencia entre els sectors d'edició contínua i discontinua, i encara més si es tenen en compte l'abast i les potencialitats de la producció d'obres multimèdia digital interactives en el futur.

El sector dels videojocs ha estat, al llarg de l'última dècada, un dels segments de les indústries culturals d'edició discontinua que ha experimentat un creixement més notable. A inicis de l'any 2008 s'han identificat a Espanya un total de 78 empreses de desenvolupament de lleure interactiu digital, 20 de les quals tenien la seu a Catalunya



3.4.1. Obres multimèdia del sector de l'edició de llibres

La producció a Catalunya i Espanya d'obres d'edició multimèdia que tenen l'origen en el sector de l'edició de llibres s'ha caracteritzat, els anys 2006 i 2007, pels trets següents:

- **Empreses:** El 24,6% de les empreses agremiades del sector del llibre d'Espanya van editar obres en suports diferents del paper durant el 2007 (un 26,3% el 2006) (FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA, 2008b, MINISTERIO DE CULTURA, 2008).
- **Activitat:** D'aquestes editorials de llibres que van publicar obres en suports diferents del paper, el 65,5% ho van fer en CD-ROM/CD-I. S'ha de remarcar que aquest percentatge ha decrescut de forma significativa, ja que el 2005 se situava en el 77,8%, fet que és indicatiu del menor interès que té per a les empreses l'edició en aquest suport material. Aproximadament una tercera part de les empreses van editar en DVD, i tan sols van produir continguts en línia al voltant del 20% d'empreses (vegeu la taula 8). Front a aquest estancament (o fins i tot reducció) del nombre d'editorials de llibres d'Espanya que van fer obres en suports diferents del paper durant els anys 2006 i 2007, es constata un increment del nombre d'ISBN registrats com a títols editats en "altres suports" el 2007: 7.553 títols. Aquesta quantitat representa el 9,1% dels títols inscrits el mateix any, percentatge que és notablement superior al dels anys anteriors i que estava al voltant del 6% (MINISTERIO DE CULTURA, 2008).

Taula 8. Empreses editorials d'Espanya, segons el mitjà diferent del paper en què editen (2005-2007) (en percentatge)

	2005	2006	2007
CD-ROM/CD-I	77,8	71,9	65,5
DVD	35,7	39,8	29,9
Cassets/disquets	13,5	6,5	6,5
Vídeo	16,4	4,5	5,1
En línia	19,9	22	20,3
Altres	8,8	2,9	5,1

Font: Federación de Gremios de Editores de España (2008b).

3.4.2. Videojocs

El sector dels videojocs ha estat, al llarg de l'última dècada, un dels segments de les indústries culturals d'edició discontinua que ha experimentat un creixement més notable. La seva situació a Catalunya i Espanya ha estat la següent:

- **Empreses:** D'una banda, a inicis de l'any 2008 s'han identificat a Espanya un total de 78 empreses de desenvolupament de lleure interactiu digital, 20 de les quals (és a dir, el 25,6%) tenien la seu a Catalunya (ASOCIACIÓN DE DESARROLLADORES DE OCIO INTERACTIVO DIGITAL, 2008). Respecte al desenvolupament de videojocs per plataforma a Espanya el 2007, destaquen els destinats a PC (34% del total), seguits dels desenvolupaments específics per a mòbils (29%) (ADESE, 2008b). D'altra banda, el 2007 hi havia a Espanya 19 grans distribuïdors i

editors de videojocs, la majoria integrats o vinculats a multinacionals de l'entreteniment, dada que reflecteix l'estructura oligopolística del sector. Tan sols Planeta de Agostini Interactive tenia la seu a Catalunya. Aquestes empreses han concentrat més del 90% de les unitats de videojocs distribuïdes en el mercat espanyol (ADESE, 2008b).

- **Activitat:** L'anàlisi dels videojocs distribuïts a Espanya el 2007 segons els gèneres o temàtiques posa de manifest que els d'estratègia (sobretot per a PC) i els d'acció i aventures (també per a PC, però de forma destacada per a consoles) són els tipus amb una major quota de mercat (igual que els anys 2004 i 2005). La resta de gèneres de videojocs (esports, carreres, plataforma, simulació i altres) es van situar amb percentatges inferiors (ADESE, 2008a).
- **Vendes:** L'evolució de les vendes totals de programari de videojocs entre 2005 i 2007 ha estat creixent: de 537 milions d'euros a 719 milions, respectivament. Aquest increment s'ha donat específicament en el programari de videojocs per a consoles, que ha concentrat prop del 90% de les vendes totals per aquest concepte; per contra, les vendes de programari per a PC han continuat amb una importància relativa força menor (aproximadament el 10% restant del mercat), i sense créixer al llarg del període. Això ha representat una despesa anual per a la compra de programari de videojocs de 15,9 euros per habitant el 2007 (vegeu la taula 9) (ADESE, 2008a).¹⁴
- **Llengua catalana:** L'any 2008 tan sols hi havia 91 jocs multimèdia per a infants i joves amb versió disponible en català (84 el 2006). Excepte en un cas, tots aquests productes han estat editats per empreses amb seu a Catalunya o als Països Catalans. En sobresurt clarament Barcelona Multimèdia (amb 60 títols disponibles en català), seguida de Cibal Multimedia, de les Illes Balears (10), Enciclopèdia Catalana (10) i Cromosoma (8). En aquest mercat es posa igualment de manifest la feble presència de la llengua catalana en els productes audiovisuals d'edició discontinua (CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA DE CATALUNYA, 2009).

L'any 2008 tan sols hi havia 91 jocs multimèdia per a infants i joves amb versió disponible en català. Excepte en un cas, tots aquests productes han estat editats per empreses amb seu a Catalunya o als Països Catalans



Taula 9. Evolució del mercat interior de videojocs d'Espanya (2005-2007)

	2005	2006	2007
Vendes de programari (en milions d'euros)			
Videojocs per a PC	90,0	90,0	83,0
Videojocs per a consoles	447,0	486,0	636,0
Total programari	537,0	576,0	719,0
Vendes de maquinari			
Consoles (en milions d'euros)	326,0	391,0	735,0
Unitats de consoles venudes (en milers)	2.012,0	2.216,0	3.390,0
Total vendes (en milions d'euros)	863,0	967,0	1.454,0
Vendes per habitant (en euros)			
Programari	12,2	12,9	15,9
Maquinari	7,4	8,7	16,3
Total	19,6	21,6	32,2

Font: ADESE (2008a).

14. Aquesta xifra és molt superior als 6,8 euros per habitant en música enregistrada, similar als 12,6 euros per habitant en videogrames, i inferior als 69,1 euros en llibres.

La capacitat d'innovar, és a dir, d'introduir novetats de forma reeixida en els mercats constitueix, sens dubte, un factor clau per a la millora de la competitivitat de les empreses del sector a Catalunya i arreu



4. Conclusions

La situació de les indústries de l'edició discontinua a Catalunya (i a Espanya) durant el període 2006-2007 posa de manifest que els principals reptes i tendències identificats en anys anteriors es mantenen i, fins i tot, se n'accentua la importància:

- La renovació de la dotació d'equipament cultural i de comunicació a les llars de Catalunya avança ràpidament, ja que s'hi introdueixen de forma massiva els nous recursos tècnics necessaris per al consum de productes culturals d'edició discontinua.
- El procés de digitalització ja és un fet que condiciona fortament el desenvolupament de tots els mercats de l'edició discontinua de Catalunya, tot i que en el sector del llibre aquest procés encara no s'ha materialitzat de forma igualment plena.
- Els sectors de l'edició discontinua de Catalunya (i d'arreu) estan sotmesos a una profunda transformació de la cadena de valor, situació que es caracteritza per l'existència de moltes incerteses i una gran turbulència en els mercats.
- La capacitat d'innovar, és a dir, d'introduir novetats de forma reeixida en els mercats constitueix, sens dubte, un factor clau per a la millora de la competitivitat de les empreses del sector a Catalunya i arreu.

En aquest escenari, cal tenir en compte la peculiar posició que ocupen els sectors de les indústries culturals d'edició discontinua de Catalunya en el mercat espanyol, que es caracteritza per mantenir un lloc de lideratge en l'edició de llibres i per estar en una situació de relativa feblesa en la resta d'activitats considerades (fonogrames, videogrames i edició multimèdia fora de línia). Tradicionalment, Catalunya ha estat un territori de referència en la introducció d'innovacions en el camp de les indústries de la cultura i de la comunicació d'Espanya, per la qual cosa cal plantejar-se en quins àmbits es dóna prioritat a la contribució de Catalunya en aquest procés d'innovació.

En qualsevol cas, però, l'evolució dels hàbits i les pràctiques dels consumidors relacionats amb els productes culturals digitalitzats és una qüestió clau que determinarà l'evolució d'aquests mercats a curt, mitjà i llarg termini. Més concretament, l'aplicació de mesures que garanteixin (molt probablement de forma renovada) un respecte dels drets de la propietat intel·lectual sembla un dels pilars ineludibles que caldrà construir de cara a garantir un òptim desenvolupament de l'economia de les indústries culturals.

Segons les dades disponibles (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2008), el percentatge de la població de més de 14 anys que descarrega habitualment (almenys un cop per setmana o més freqüentment) arxius de música i de vídeo per Internet a través de P2P a Espanya el 2008 ha estat de l'11,6%, i aquells que ho fan amb una freqüència mensual representen l'11,1% del total. Per tant, la majoria de la població encara no desenvolupa aquesta pràctica: el 34,0% són usuaris d'Internet però no fan descàrregues de música i vídeo, i el 43,3% restant no es connecten a Internet.

Davant d'aquestes dades, cal fer dues reflexions d'interès. En primer lloc, es posa de manifest que una gran part de la població encara no té l'hàbit d'accedir a Internet, de manera que si no es corregeix aquest

fet, una àmplia part de la ciutadania pot quedar exclosa de les formes emergents d'accés a bona part dels continguts culturals. D'altra banda, també es fa palès que la descàrrega sense pagament de continguts culturals és una pràctica habitual que realitza una part relativament reduïda de la població espanyola, per la qual cosa es pot afirmar que encara no està generalitzada de forma àmplia.

El canvi tecnològic en curs planteja grans reptes que cal afrontar en la producció i la comercialització de les obres culturals. No obstant això, una transformació d'aquesta naturalesa i profunditat requereix que també es promogui la corresponent adaptació i millora de les institucions polítiques i jurídiques que ordenen aquests mercats. Sens dubte, el futur de les indústries culturals (i, molt especialment, de les d'edició discontinua) passa per la capacitat d'introduir innovacions a aquest nivell.

Referències

ASOCIACIÓN DE DESARROLLADORES DE OCIO INTERACTIVO DIGITAL (2008): *Listado de empresas* [En línia]. Madrid: Asociación de Desarrolladores de Ocio Interactivo Digital.

<<http://www.doid.org/empresas>> [Consulta: febrer de 2009].

ADESE-ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES Y EDITORES DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO (2008a): *Videojuegos. Resultados 2007* [En línia]. Madrid: Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento.

<http://www.adese.es/pdf/DATOS_INDUSTRIA_07.pdf>

[Consulta: febrer de 2009].

ADESE-ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES Y EDITORES DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO (2008b): *Anuario 2007* [En línia]. Madrid: Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento.

<<http://www.adese.es/pdf/anuario-memoria-2007.pdf>>

[Consulta: febrer de 2009].

CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA DE CATALUNYA (2009): *Catàleg de jocs* [En línia]. Barcelona: Consorci per a la Normalització Lingüística de Catalunya.

<<http://www.cpnl.cat/jocs/catalog>> [Consulta: febrer de 2009].

EL PAÍS (2008): *Anuario El País 2008* [En línia]. Madrid: El País.

<<http://www.elpais.com/archivo/anuario/index.html>>

[Consulta: febrer de 2009].

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2008): *Yearbook 2008. Film, television and video in Europe*. Estrasburg: European Audiovisual Observatory.

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2008a): *Hábitos de Lectura y Compra de libros en España 2007* [En línea]. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España.
<<http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>>
[Consulta: febrer de 2009].

FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2008b): *Comercio interior del libro en España 2007* [En línea]. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España.
<http://www.federacioneditores.org/0_Resources/Documentos/Comercio_Interior_2007.pdf> [Consulta: febrer de 2009].

FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES NACIONALES DE DISTRIBUIDORES DE EDICIONES (2008): *XIII Estudio de Perfil del Sector de la Distribución de Libros y Publicaciones Periódicas* [En línea]. Madrid: Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones.
<http://www.fande.es/Ficheros/XIII_Estudio_Perfil_2007.pdf>
[Consulta: febrer de 2009].

GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA (2008a): *Hàbits de Lectura i Compra de llibres a Catalunya. Any 2007* [En línea]. Barcelona: Gremi d'Editors de Catalunya.
<http://www.gremieditorscat.es/AdArch/Bilio/Ftp/Habits_2007_Catalunya_CAT.pdf> [Consulta: febrer de 2009].

GREMI D'EDITORS DE CATALUNYA (2008b): *Informe del Comercio Interior en Cataluña 2007* [En línea]. Barcelona: Gremi d'Editors de Catalunya.
<http://www.gremieditorscat.es/AdArch/Bilio/Ftp/Cise_Cat_2007.pdf> [Consulta: febrer de 2009].

GREMI DE LLIBRETERS DE BARCELONA I CATALUNYA (2008): *Mapa de llibreries de Catalunya. Any 2007*. Barcelona: Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya.

IFPI-INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (2008): *Music market statistics* [En línea]. Londres: IFPI.
<http://www.ifpi.org/content/section_statistics/index.html>
[Consulta: desembre de 2008].

INSTITUT CATALÀ DE LES INDÚSTRIES CULTURALS (2008): *Music in Catalonia. 2008* [En línea]. Barcelona: Institut Català de les Indústries Culturals.
<http://www.catalanarts.cat/pdf/music_in_catalonia_2008.pdf>
[Consulta: febrer de 2009].

INSTITUT D'ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (2008): *Comerç amb l'estranger* [En línea], a partir de les dades de l'Agència Estatal d'Administració Tributària.
<<http://www.idescat.cat>> [Consulta: febrer de 2009].

INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (2008): *Boletín Informativo de Cine* [En línia]. Madrid: Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.
<<http://www.mcu.es/cine/MC/BIC/index.html>>
[Consulta: febrer de 2009].

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2008): *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares* [En línia]. Madrid: Instituto Nacional de Estadística.
<http://www.ine.es/inebmenu/mnu_tic.htm>
[Consulta: març de 2009].

MINISTERIO DE CULTURA (2008): *La Panorámica de la Edición Española* [En línia]. Madrid: Ministerio de Cultura.
<<http://www.mcu.es/libro/MC/PEE/index.html>>
[Consulta: febrer de 2009].

PROMUSICAE-PRODUCTORES DE MÚSICA DE ESPAÑA (2008): *Informes. Mercado Discográfico Año 2007* [En línia]. Madrid: Promusicae.
<<http://www.promusicae.org>> [Consulta: febrer de 2009].

PROMUSICAE-PRODUCTORES DE MÚSICA DE ESPAÑA (2009): *Informes. Mercado Físico y Digital Año 2008* [En línia]. Madrid: Promusicae.
<<http://www.promusicae.org>> [Consulta: febrer de 2009].

SECRETARIA DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA. GENERALITAT DE CATALUNYA (2008): *Cinema en català* [En línia]. Barcelona: Secretaria de Política Lingüística. Generalitat de Catalunya.
<<http://www20.gencat.cat/portal/site/Llengcat/menuitem.1ab5a94fe-f60a1e7a129d410b0c0e1a0/?vgnnextoid=6071f9465ff61110VgnVCM100000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=6071f9465ff61110VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>>
[Consulta: febrer de 2009].